

ся самым высоким зданием не только Екатеринбурга, но и всей России за пределами Москвы.

В программу экскурсии входит:

12.00 – сбор у памятника основателям города (В.И. Татищеву и Вильгельму де Геннину);

12.25 – обзор здания Горной канцелярии;

12.40 – обзор здания Администрации города и нового ТРЦ «Пассаж»;

12.50 – осмотр Площади 1905 г. и памятника Ленину;

13.10 – панорама на Плотинке;

13.20 – обзор таких объектов, как Главпочтамт, площадь Труда;

13.40 – осмотр Храма-на-Крови и Вознесенской церкви;

14.00 – прогулка по Харитоновскому саду, осмотр усадьбы Расторгуевых–Харитоновых;

14.20 – выезд в бизнес-центр «Высоцкий»;

14.40 – обзор города со смотровой площадки небоскреба «Высоцкий»;

15.30 – возвращение на первоначальную точку (памятник основателям города).

Экскурсия рассчитана на 10 человек. Стоимость экскурсии 650 рублей. В стоимость входит экскурсовод (600 руб/ч), микроавтобус (1000 руб), смотровая площадка в «Высоцком» (250 руб).

Исходя из экономичности, увлекательности, новизны экскурсии, можно сделать вывод, что она будет конкурентоспособна на туристском рынке Екатеринбурга. Экскурсия прошла апробацию в марте 2017 г., о чём свидетельствуют положительные отзывы туристов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Емельянов Б.В. Экскурсоведение: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Советский спорт, 2004. – 224 с.

2. Лукьянин В., Никулина М. Прогулки по Екатеринбургу. – Екатеринбург: Банк культурной информации, 1995. – 156 с.

УДК 379.85(075.8)

Студ. Е.О. Сулима
Рук. С.Ф. Масленникова
(УГЛТУ, Екатеринбург)

РАЗРАБОТКА ОСНОВНОЙ УСЛУГИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ТОРГОВЛИ КАК УСЛОВИЕ ЕГО ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рассмотрена актуальная проблема организации сервисной деятельности предприятий торговли. Представлена разработка основной услуги для дисконт-центра «Адидас».

Ключевые слова: дисконт-центр «Адидас», сервисная деятельность, основная услуга.

Разразившийся мировой экономический кризис обострил многие социально-экономические проблемы, в том числе проблемы реализации продукции. Очень остро встал вопрос, связанный с ростом требований к фирмам, которые занимаются сервисным обслуживанием населения. Необходимость сервиса и его постоянного совершенствования вытекает прежде всего из стремления производителя сформировать стабильный рынок для своего товара. Современный сервис высококачественной продукции непременно вызывает расширение спроса потребителей на нее, способствует коммерческому успеху предприятия, повышает его престиж.

Для любой торговой организации удовлетворенность потребителя в обслуживании важна не меньше, чем удовлетворенность в конкретном товаре. Если производитель для большего успеха может изменить свой товар, то торговое предприятие может изменить свое предложение товара, организовав дополнительные услуги. Комплекс предлагаемых услуг может быть весьма разнообразным. В соответствии с ГОСТ Р 51304-2015 «Услуги торговли. Общие требования» услуги розничной торговли включают в себя [1]:

- реализацию товаров (на предприятиях торговли и вне предприятий торговли);
- оказание помощи покупателю в приобретении (покупке) товаров и при их использовании и применении;
- информационно-консультационные (консалтинговые) услуги;
- дополнительные услуги по созданию удобств покупателям в приобретении (покупке) товаров.

Под услугами розничной торговли нами понимается результат непосредственного взаимодействия (не связанного с предпринимательской деятельностью, по договору купли-продажи) продавца и покупателя, а также собственная деятельность продавца по удовлетворению потребностей покупателя в приобретении товаров для личного, семейного, домашнего использования. Реализация товаров как основная услуга на предприятиях розничной торговли включает в себя следующие основные операции: ознакомление покупателей с товарами, показ или демонстрацию товаров или образцов товаров покупателям, консультации покупателей, выбор товаров покупателями, организацию расчета за товары, упаковку купленных товаров, выдачу купленных товаров, доставку купленных товаров по заказу покупателей. Реализацию товаров осуществляют на предприятиях торговли различных видов и типов с учетом их специфики и ассортимента товаров. Расчет с покупателями за купленные товары может осуществляться за наличные денежные средства, безналичным способом, в том числе с применением кредитных карт.

Реализация товаров вне предприятий торговли включает реализацию товаров торговыми агентами, реализацию товаров дистанционным способом, реализацию товаров через торговые автоматы, развозную торговлю, разносную торговлю, другие формы интерактивной продажи [2]. Дистанционный способ реализации товаров осуществляется посредством ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товаров, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах, а также посредством электронных средств массовой информации, средств связи (телерадиореклама, телемагазин, почтовая связь, интернет-торговля, электронный магазин) или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара. Дистанционный способ реализации товаров предполагает оказание услуг по доставке товаров путем их пересылки покупателям почтовыми отправлениями (почтовая и посылочная торговля) или иными способами.

Разнообразие способов реализации товаров связано с тем, что предприятия сферы торговли всегда чутко реагируют на изменение спроса потребителей на тот или иной товар или услугу. В последние десятилетия многие люди с удовольствием занимаются бегом, волейболом, футболом, а представители старшего поколения – скандинавской ходьбой. И это не случайно. Ведь каждый человек задумывается о своём здоровье, а физкультура и спорт играют огромную роль в его сохранении и восстановлении. В результате, занимаясь физкультурой и спортом, люди не только получают стройную и красивую фигуру, но и хорошее здоровье, удовлетворение своих потребностей и запросов.

К сожалению, сегодня большинство спортивных секций оказываются экономически недоступными для многих детей и взрослых из-за дороговизны экипировки, оснащения и т.д. Но выход из сложной ситуации есть. Его предложил один из крупнейших производителей спортивной одежды и обуви – фирма «Adidas».

«Adidas AG» – промышленная компания Германии, специализирующаяся на выпуске спортивной обуви, одежды и инвентаря. Генеральный директор компании – Герберт Хайнер. На протяжении уже более 80 лет компания «Adidas» является символом успеха в мире спорта. История компании началась в 1920 году, когда молодой сапожник из Херцогенаурах (Германия) Ади Дасслер сшил свою первую пару спортивной обуви. Он хотел, чтобы у каждого атлета была такая экипировка, которая помогала бы ему добиваться лучших результатов. Идея оказалась настолько жизнеспособной, что компания добилась серьезных успехов как в спорте, так и в бизнесе. Сегодня фирма «Adidas» представлена на рынке самым широким ассортиментом товаров, начиная с баскетбольных кроссовок и футбольных бутс и заканчивая спортивной одеждой и обувью для туризма. В 2006 году предприятие приобрело

спортивную фирму «Reebok», которая являлась одной из ведущих компаний – производителей товаров для спорта. Этот шаг позволил фирме «Adidas» стать вторым по величине мировым производителем спортивных товаров после «Nike» [3].

Миссия «Adidas» – быть лидером среди всех мировых спортивных брендов. Объединившись, «Adidas» и «Reebok» увеличили продажи кроссовок на американском рынке до 11,7 миллиардов долларов. Также, согласно экспертным оценкам, на объединении производства, дистрибуции и исследовательских подразделений «Adidas» и «Reebok» уже в первые три года сэкономили более 100 миллионов евро. «Adidas» неразрывно связана с такими легендарными именами, как Муххамед Али и Джо Фрэнсер, Штеффи Граф и Стефан Эдберг, Боб Бимон и Гунде Сван, Лев Яшин и Валерий Борзов, Мишель Платини и Эйсебио, наконец, Зенедин Зидан и Дэвид Бэкхэм. В концерне «Adidas» сегодня трудится более 14000 сотрудников. Объём продаж компании в 2015 году составил 11,799 млрд долларов (на 5,6 % больше, чем в 2014 году), чистая прибыль – 642 млн долларов (рост на 16,5 %) с учётом показателей компании «Reebok» [3].

Продажи «Adidas» в России предварительно оцениваются в \$400–500 млн. На сегодняшний день «Adidas» открыл около 370 магазинов на территории России. Штаб-квартира до сих пор находится на родине Ади Дасслера, в баварском городке Херцогенаурах.

В последние 20 лет популярностью стали пользоваться стоковые магазины, или по-другому дисконт-центры. Дисконт-центр – магазин, где распродают складские остатки и нераспроданные партии товаров. В качестве объекта могут выступать любые вещи: одежда, обувь, бытовая техника и др. Один из видов стоковой торговли – монобрендовый [4]. Этот вид означает магазины, в которых распродают остатки коллекций одной определенной компании. Такие магазины могут называться так же, как и основная компания, но с припиской «дисконт», а могут иметь и своё, отдельное название.

На вещевом рынке дисконт-центры чаще всего существуют под оригинальным именем компании, но территориально располагаются в тех районах, где мало потребителей, которые приобретают фирменный товар без скидок в основных магазинах. Свои дисконт-центры есть, например, у «Adidas» и «Reebok». Мультибрендовые магазины приобретают на реализацию товары разных производителей и разных марок.

Сервисная деятельность играет большую роль в жизни компании «Adidas», потому что позволяет улучшить качество обслуживания клиентов, более полно удовлетворить их потребности, а значит, обеспечить эффективную деятельность предприятия в целом. Это, в свою очередь, невозможно без внедрения новых услуг. Поэтому проектирование новых, инновационных, услуг – одна из главных задач фирмы «Adidas».

Учитывая, что сегодня самым распространенным видом спортивных занятий множества людей является ходьба и бег, компания «Адидас» в некоторых розничных магазинах страны внедрила услугу для своих клиентов – специальное Тестирование любителей бега «Test Your Run». В Екатеринбурге такая база на данный момент существует только в магазине «Адидас», расположенном в ТЦ «Гринвич». Из-за того, что торговый центр находится в центре города, где очень много покупателей, не всем удобно там тестироваться. Чтобы облегчить потенциальным покупателям доступ к данной услуге и увеличить спрос на неё, нами разработана основная услуга Тестирование любителей бега «Test Your Run» для дисконт-центра «Адидас», размещенного на территории ТРК «Комсомолл» (Екатеринбург). Преимущество данного торгово-развлекательного центра заключается в его удобном местоположении, наличии большого ассортимента товаров для людей с различными особенностями в беге и т.д. [5].

Рассмотрим подробнее суть нашего предложения. Услуга Тестирование любителей бега «Test Your Run» в сети магазинов «Адидас» представляет собой специальное тестирование на беговой дорожке NordicTrack Elite 5000, позволяющее выявить индивидуальные особенности стопы и техники бега конкретного человека. Для этого специалист лаборатории «Адидас» снимает бегуна на видео с нескольких ракурсов. После тестирования результат забега разбирается покадрово, оценивается постановка стопы, положение корпуса, головы, рук и т.д. [5].

Тестирование любителей бега «Test Your Run» бывает двух видов: базовое и продвинутое. Базовое тестирование проводится в течение 30 минут, за которые исследуются индивидуальная постановка стопы и ошибки во время тренировки, а также даются рекомендации по их устранению. Тестируемые должны иметь комфортную одежду для бега, а магазин предоставит обувь для теста. Продвинутый тип Тестирования любителей бега «Test Your Run» проводится в течение 60 мин и включает оценочную тренировку «Misoach». В результате у тестируемых, кроме исследования особенностей постановки стопы и ошибок во время тренировки, можно определить индивидуальные пульсовые зоны для безопасных для здоровья тренировок, а также порекомендовать им правильное распределение нагрузки во время тренировочного процесса [5].

Особо следует остановиться на квалификации специалиста фирмы «Адидас», проводящего данное тестирование. К нему предъявляются очень высокие требования. Чтобы работать в данной лаборатории, специалист должен иметь спортивный разряд в лёгкой атлетике или лыжах. После устройства на работу тренера сразу отправляют на обучение в Москву, где он и получает новые знания, умения, навыки, и тренеру присваивают соответствующую квалификацию.

Таким образом, общая цель Тестирования любителей бега «Test Your Run» у клиентов магазинов «Адидас» – не только выявить анатомические

особенности тела и ошибки, препятствующие экономической и нетравматичной технике бега, но и составить индивидуальные рекомендации по тому, как их скорректировать. По итогам теста тренер и сотрудники магазина помогают бегуну подобрать подходящую беговую обувь и советуют, какие выбрать упражнения для улучшения техники бега.

Подытоживая, следует отметить, что услуга Тестирование любителей бега «Test Your Run» в дисконт-центре «Адидаас», расположенном в ТРЦ «Комсомолл», привлечет новых и вызовет интерес у постоянных клиентов. По нашему мнению, внедрение данной услуги будет способствовать совершенствованию сервисной деятельности дисконт-центра «Адидаас», укреплению имиджа компании, увеличению ее прибыли, а значит, является условием его эффективной деятельности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Коноплева Н. А. Сервисология (человек и его потребности) : учебное пособие. – М. : «МПСИ Флинта», 2014. – 248 с.
2. Сервисная деятельность: учебное пособие / под общ. ред. И.П. Павловой, В.К. Романович. – СПб. : СПбГУАП, 2012. – 340 с.
3. Философия и принципы «Adidas Group». URL: <http://adidas.egraduate.ru/adidascompany/philosophy>
4. Семин О.А., Сайдашева В.А., Панюкова В.В. Сервис в торговле : учебное пособие. – Изд. 2–е. – М. : «ДиС», 2014. – 216 с.
5. Test your run: бесплатное тестирование в лаборатории «Adidas». URL: <http://newrunners.ru/mag/test-your-run/>

УДК 659.113

Студ. П.В. Таран
Рук. Т.Р. Лыкова
(УГЛТУ, Екатеринбург)

ПРОЕКТИРОВАНИЕ И ВНЕДРЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ ДЛЯ ФИТНЕС-СТУДИИ «ОМ СТУДИЯ»

Рассматривается проект рекламной кампании для фитнес-студии, представлен медиа-план, приведены экономические расчёты.

Ключевые слова: рекламная кампания, фитнес-студия, медиа-план, печатная реклама, наружная реклама, интернет-реклама.

На современном этапе реклама играет очень важную роль в деятельности любой организации. Ни одна фирма не сможет стать известной и успешной без помощи рекламы. Из рекламы потребитель